融媒体时代高等院校“短视频”平台建设状况、问题与优化路径研究

冯敬昭　杨　希
（珠海艺术职业学院，广东 珠海　519090）

摘　要：高等院校是弘扬社会主义核心价值观、培养人才和传播文化的重要阵地。本次研究基于融媒体时代下，以高等院校“短视频”平台为主要研究对象，多视角分析高等院校“短视频”媒体平台建设状况与存在的不足，结合实际情况从短视频内容创作、传播形式、管理策略等多个视角对高等院校短视频提出改善策略，构建适合高等院校短视频平台创作流程和管理流程的体系。

关键词：融媒体；短视频；高等院校；平台建设；路径研究　　**中图分类号：**G206　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2022）02-115-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2022.02.035
本文著录格式：冯敬昭，杨希.融媒体时代高等院校“短视频”平台建设状况、问题与优化路径研究[J].中国传媒科技，2022（02）：115-117.

导语

中国互联网络信息中心（CNNIC）第48次《中国互联网络发展状况统计报告》数据显示，截至2021年6月，我国网民规模达10.11亿，较2020年12月增长2175万，互联网普及率达71.6%。[1] 国内网民数量呈现积极增长趋势，预估未来国内网民数量依然呈现持续平稳增长态势。此外，国内手机用户端网民达到9.86亿，国内网民使用手机设备上网的比例为99.7%，[1] 国内网民增长的主体由青年群体向未成年和老年群体转化的趋势日趋显著。[1] 中国成为全球范围规模最大的数字社会，标志着中国已经迈向数字化信息社会。

截至2020年12月，国内网络视频（含短视频）用户规模达9.27亿，较2020年3月增长7633万，占网民整体的93.7%，短视频用户规模达8.73亿，占网民整体的88.3%。[1] 网络视频用户数量仍然不断增长，短视频用户规模逐渐庞大，短视频平台成为信息传播形式重要的媒介。

1. 研究背景

截至2020年12月，在网民职业结构中国内学生占比为21.0%，学生群体已经成为互联网主要成员之一，数量居于首位。[1]2019年中国未成年网民达到1.75亿，未成年人互联网普及率达到93.1%，未成年网民中看短视频的比例为46.2%。[2] 短视频逐步受到未成年人喜爱。

国内移动短视频发展从“激增”逐步到“平稳”状态，但短视频依然是移动互联网常态化传播形式之一。近几年，国家相关部门对短视频行业的监管力度不断强化，法律规范逐步完善，各类短视频平台发布内容审核进一步规范和严格，加速优化短视频行业环境。伴随央视频App的上线标志着主流媒体进军短视频市场正式拉开帷幕，进一步推动短视频内容优化与结构调整，加快短视频多元化体系建设。

2. 高等院校短视频平台建设状况

根据字节跳动的《抖音发布2020数据报告》，2019年抖音上被点赞最多的职业是老师，被赞了6.2亿次。[3]2021年抖音上超过3600万人观看清华大学110周年校庆直播。融媒体时代“刷”短视频成为大众网民获取信息重要渠道之一[4]。

近几年，各类院校陆续注入短视频平台，大众通过短视频平台可以直观感受和了解不同学校的校园生活、校园趣事和校园活动等相关校园资讯，高校短视频热度正在不断提升，但相比其他类型短视频所占的比重偏低。

基于抖音平台随机搜索“大学”“学院”“职业学院”三个关键词从每个关键词中随机观看五所学校。[5] 获赞数量和粉丝数量不因学校排名而增长，账号发布数量多的作品不一定直接收获粉丝、关注度和转发，其主要因素是取决于短视频创作内容优质程度。高校如何借助短视频平台开展媒体传播工作，如何让高校在互联网宣传方面“活”起来，成为目前阶段急需探索的问题。

3. 高等院校短视频平台发展存在的不足

短视频成为各高校继微信公众号和微博之外以视频为主的传播媒介，是校园信息发布和网络育人重要途径。[6] 视频平台规则制定、算法机制和商业模式的调整，进一步加剧了“信息茧房”效应。

3.1　短视频内容呈现官方化、碎片化和相似化

目前大部分高校短视频内容多数聚焦宣传类、活动类和采访类，发布的内容还存在被其他学校效仿现象，

基金项目：广东省普通高校人文社会科学研究项目（项目编号：2021WQNCX255）。

优质短视频内容整体偏低。各类短视频平台已经增加视频时间长度，内容呈现更加丰富，而高校发布的短视频时间大多数停留在较短的时间，视频内容碎片化趋势严峻。未来体系化与系列化的精品内容仍然处于缺口，高校公益性、教育性和科普性等优质短视频内容数量占比仍有待提升。

3.2 短视频传播矩阵单一化和内容重复发布

信息高速传播时代，高校时刻关注短视频领域行业动向，了解不同时期短视频发展的变化趋势。短视频信息传播矩阵多元化对高校官方媒体的传播力、引导力、影响力和公信力具有积极的推动作用，“一对一”相比“一对多”扩散力显然存在差距，“一对多”还存在一稿多发的情况，缺乏针对不同类型平台定位，进行可针对性的编辑，虽然已经建立多元化传播渠道，但未将不同平台传播增益最大化。

3.3 短视频团队“专业性”程度参差不齐

高校官方短视频策划、执行和制作主要依赖于在校大学生群体，大学生之间专业能力存在差异性，大学生与专业从业人员相比缺乏一定实践经验[7]，而且大学生时间安排难做到完全的统一。与此同时，专业化新媒体运营团队和专业视频技术团队是高校短视频平台建设所需要的新力量，专业化团队是短视频平台的搭建基础要素。[8] 总而言之，低专业性可能导致视频制作水准低、视频更新速度慢、传播效果不佳等问题的发生。

3.4 短视频平台创作和管理体系有待提高

通过网络对高校短视频进行搜索，发现短视频制作拍摄质量、清晰程度、拍摄方法等方面存在不足，从短视频内容编排、剪辑逻辑等方面直接体现出短视频创作流程和管理流程缺乏规范化，对工作效率、短视频质量产生一定影响。因优质的短视频创作需要平衡多方面的因素，需要多方面协同共创，体现在前期团队和后期团队工作无缝衔接，需要更多专业性程度较高的短视频创作人员。

4. 高等院校短视频平台发展改善策略

高等院校应尽快适应传播载体与传播方式的改变，迅速抢占短视频市场，以短视频方式传播优质内容，引领新风尚。[6] 与此同时，聚焦大众视角，系统进行科学评价与分析，寻找适合高校短视频改善策略与新的发展模式。从五个方面提出高校官方短视频发展策略，“短视频内容精雕细琢”“短视频团队优化策略”“多矩阵传播”“创作流程科学化”和“管理理念革新”。[9]

4.1 多维度优化高等院校短视频内容创作

伴随大众审美升级，短视频在优胜劣汰法则的层层过滤下，逐步迈向品质化、深层化和通俗化等健康的方向发展。短视频从“跟”热点到“制造”热点转化过程中，优质的视频内容是未来短视频创作的核心要素，优质内容有利于触发用户情感依赖，情感互建是输出信号与接收信号的过程，用户接收信号产生好感度和依赖性。彭兰认为短视频应具有“主题”“亮点”“形式”“互动”“分发”五个核心要素，遵循以人为本的理念，重视人的视角，激发用户情感参与度。[10]

高校短视频内容创作既要结合时代特性还需要尊重当代教育理念、学校办学理念和正向的价值取向等，拓展短视频多元化视频题材，制定系列化、主体化和趣味化等题材创作，注重短视频内容形式的创新，提升短视频内容深度，使创作内容具有亲和力、感染力，优质短视频对树立良好高校形象起到积极作用，有利于引起社会的关注。

4.2 多维度强化高校短视频团队

针对团队人员技术能力的提升，计划从三个方面展开，一是吸引专业人才，以内部人员选拔和外聘两种形式开展，内部人员可以采用优秀在校学生或优秀应届毕业生，外聘是招聘从事短视频行业具有丰富经验的人员。二是针对短视频领域定期开展知识类与技术类培训，建立完善的短视频人员培训体系，提升团队整体专业能力，解决专业短板问题。三是积极与其他高等院校展开交流与合作，取长补短，相互学习，开展高校媒体之间的交流合作。

4.3 拓展高校短视频多矩阵传播模式

多矩阵传播是依靠短视频平台数量而兴起的传播模式，多平台矩阵化传播，主要目的是吸引多个短视频平台用户流量，由于不同的平台发展的侧重点各不相同，高校短视频创作团队需要充分了解不同类型平台的发展定位和运行模式，制定独立于各平台的发布方案，通过改变短视频制作方式、技术手段和编辑方式等形式开展多平台发布。通过短视频传播多矩阵的构建，让数字媒体影像在多个短视频社交平台上可以被更多网民所看到，进一步扩大高校短视频影响力。[11]

4.4 制定系统化高校短视频创作流程体系

根据目前阶段高校短视频平台建设状况与问题，本研究构建的短视频创作流程，以策划、实施、审核、发布、管理和反馈为主要核心流程，简称“六步法”，如图1所示。通过规范短视频创作流程体系，提高团队工作效率、协作效率和沟通效率。

短视频创作流程不是一成不变的流程，需要结合时代发展、大众特性进行科学调整，依据创作流程体系将工作合理化分配，个体成员可以清楚了解在团队中负责的主任务和次要任务，间接性形成责任明确制，高效率原则成为创作流程核心理念。由于短视频传播范围广，发酵速度快，为加强短视频审查，防止争议类短视频传播，高校媒体部门必须严格审查短视频内容真实性、合理性和争议性，制定多层级审核机制，层层把关，防止争议类短视频在移动互联网传播，减少负面影响。最后，内容反馈是针对短视频发布后产生的信息回馈，通过可

视化数据信息可以直观了解短视频影响程度，针对数据反馈的信息，对短视频内容方向、类型和风格进行针对性调整，将产生的问题逐一击破，为未来短视频创作建立良好的数据基础。

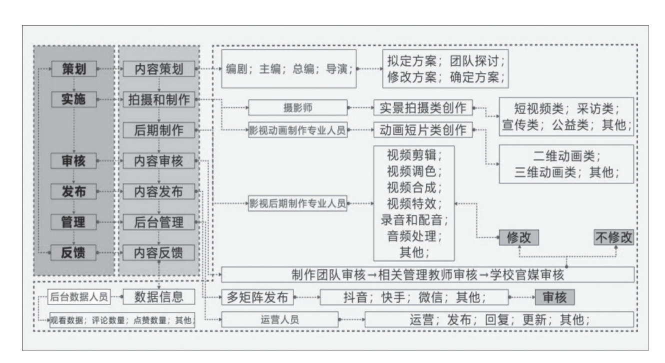


图 1　高校短视频创作流程体系

4.5 制定科学化高校短视频平台管理流程体系

本研究构建的管理流程体系主要侧重于高校短视频平台领域，相对于商业短视频领域管理流程存在差异化。笔者认为高校短视频平台管理流程不能单一化对人员和团队管理，应从多方面探索，制定科学化、规范化和合理化的高校短视频平台管理流程，确保短视频传播顺利开展。基于高校视角可从两个主要方面进行矩阵化管理，分别为资源管理与人员管理，两个主要方面下分五个方向，如图 2 所示。其中安全管理对高校短视频平台管理十分重要，必须保证参与短视频创作人员的安全，这是高校短视频平台建设管理重点。制定管理流程有利于规范个体与团队的工作规范，良好的管理流程可有效节约时间、经济和人力的成本，科学的管理流程体现团队正规化与专业化。

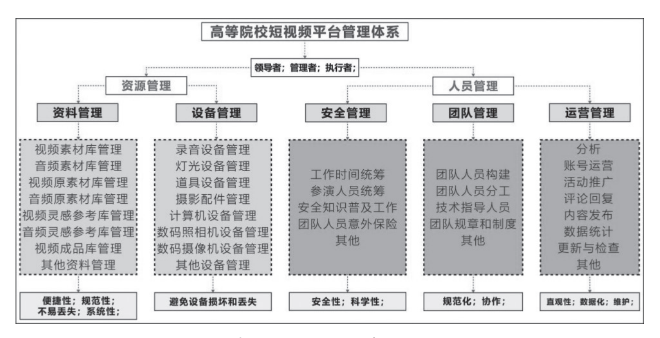


图 2　高校短视频平台管理流程体系

结语

移动短视频炙热的时代，高校信息发布依附于短视频平台是必然趋势，本文阐述现阶段高校短视频发展的现状与问题，并提出高校在短视频领域未来发展新思路。其次，初步制定高校短视频创作流程与管理流程体系，需要注意规范化不是模式化，而是提高效率、减少和解决问题的手段。最后，高校短视频平台建设不是一成不变的，需要时刻关注科技、网络和文化等因素变化做出调整。因此，高校在短视频平台建设过程中需时刻保持高度敏感性，取长补短，创造出不同于其他类型的短视频的个性化创作、管理和发展模式，产出更多优质短视频，收获更多网民点赞、关注和转发，进一步扩大高校短视频的影响力。媒

参考文献

[1]CNNIC 第 48 次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL].(2021-09-15).http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/hlwtjbg/202109/t20210915_71543.htm.

[2]CNNIC《2019 年全国未成年人互联网使用情况研究报告》[EB/OL].(2020-05-13).http：//cnnic.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/qsnbg/202005/P020200513370410784435.pdf.

[3] 字节跳动《抖音发布 2020 数据报告》[EB/OL].（2021-01-06）.https：//www.bytedance.com/zh/news/60489e2c5dc4ed02d13cb3b9.

[4] 徐亚卿．论新时代下短视频在高校的制作与传播 [J]. 记者摇篮，2018（10）：77-78.

[5] 数据来源：手机端抖音 App，2021 年 6 月 29 日发布。

[6] 金雪，魏江洋．当前高校短视频建设之现状、问题和对策研究 [J]. 新媒体研究，2019（17）：33-34，41.

[7] 庄媛．5G 时代高校短视频平台的发展困境与优化 [J]. 青年记者，2020（35）：48-49.

[8] 李阳光．短视频在高校融媒体传播模式下的作用 [J]. 新媒体研究，2019（1）：79-80，117.

[9] 闫敏，夏明英．新媒体时代高校官方自媒体平台发展研究 [J]. 传播与版权，2018（1）：99-100，110.

[10] 彭兰．短视频视频生产力的“转基因”与再培育 [J]. 新闻界，2019（1）：34-43.

[11] 侯金金．论融媒体时代主流媒体短视频传播矩阵的构建 [J]. 中国传媒科技，2019（11）：23-25.

作者简介：冯敬昭（1994-），男，黑龙江绥化，博士研究生，研究方向：都市设计与更新改造；杨希（1982-），女，湖北随州，硕士研究生，研究方向：教育学。

（责任编辑：胡杨）